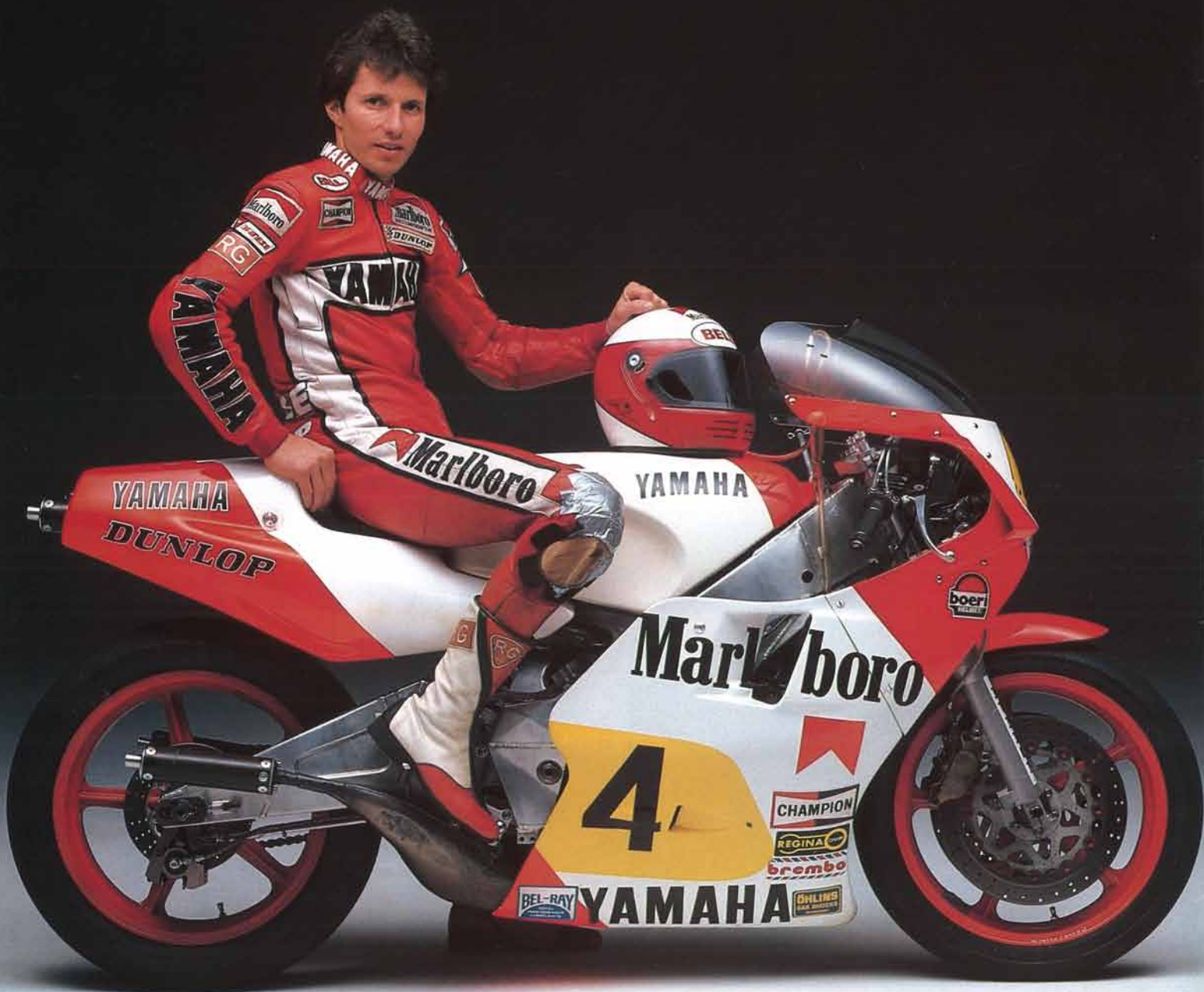


●'84ケルンショーレポート●

人気沸とうFZ750

特集：'84から'85へ
どう進むスクーター市場





送っていた



DOHC・5バルブ、前傾・低重心エンジンのカットをくい入るように見つめるヨーロッパのマニアたち



5バルブ、前傾・低重心ニューエンジンに話題集中 人気沸とつうのFZ750

ケルンショーで衝撃のデビューを果たしたヤマハ4サイクル・スーパースポーツの新しい頂点モデルFZ750。そこに投入したふたつのヤマハ先進技術、DOHC・5バルブと前傾・低重心エンジンシステムの話題は、ケルンから全ヨーロッパへ、アメリカへ、そして日本へ……と、またたくまに波及。'85年モデルの登場を待ちわびる世界のモーターサイクルファンの期待を一身に集めています。

海外専門誌は—— 『150mph時代をリードするヤマハ』

ケルンショー開幕と同時に、ヨーロッパの二輪専門誌紙の間でもFZ750は最大の関心を集めています。イギリスの専門紙・モーターサイクルニュースは、9月26日号でFZ750を取り上げ、ニューエンジンを詳細に分析しながら『即レーストラックに持っているロードゴーイングレーサーだノ』と高く評価。また他の各国専門誌紙も、『FZ750の登場で、750スーパースポーツは、ヤマハが大きくリードした』ことをこぞって報じています。



国内専門誌は—— 『ヤマハラしさあふれる自信作』

一方、国内の二輪専門誌でもケルンショーへの関心は最高。そして、ここでもFZ750の評価は一樣に高いものです。各誌をざっと眺めただけでも『史上最速750を目指した5バルブ』『ヤマハが750ccクラスの巻き返しを図る自信作』『マン・マシンの一体感を重視するヤマハラしさがあふれてる』——と高く評価。そして、そろって国内発売の期待をつよくアピールしていました。



国内販売店さんは—— 『この感触を、お客さまに伝えたい』

今回のケルンショーには、日本からも大勢の販売店さんが視察に訪れていますが、みなさんの期待はもちろんFZ750の国内発売。『とにかく画期的。4サイクル技術でもこれでヤマハが最先端だね』『コンパクトなボディにビッグなパワー、期待しています』『4バルブより10%のパワーアップ、5%の燃費アップなんてさすが』といった感想とともに、一刻も早くこの感激を日本のお客さんに伝えたいとFZ750を前に胸を高鳴らせていました。



メカ知識も豊富なヨーロッパのマニアたちは時の経つのも忘れてFZ750の細部にまで、熱い視線を

西ドイツ・ケルン市で1年おきに開かれる世界最大の二輪車ショー「IFMA」が、9月20日から5日間にわたり盛大に開かれました。毎回このショーは、翌年度のニューモデル動向をキャッチする最初の機会として、世界中のモーターサイクリストの注目の中で開かれるもので、今回も34カ国からモーターサイクリル、自転車、関連用品を含め1200を越えるメーカーが参加。最先端のテクノロジーを駆使した85年モデルを発表して話題を呼んでいました。

こうした中でヤマハは、FZ750、XJ900、XT350、DT80LC、ベルーガ125など個性あふれる全11機種種の85年ヨーロッパモデルを発表しましたが、中でも圧倒的な関心を集め、モーターサイクリルコーナー・ナンバワンの人気をさらったのが、ヤマハ4サイクル・スーパースポーツの新しい頂点モデル・FZ750です。

これはもちろん、世界初の「DOHC・5バルブ」機構と、パワーユニットの構成そのものがトータルパフォーマンスの向上に直結する「前傾・低重心」エンジンに象徴されるヤマハの新しい4サイクル・スーパースポーツ・コンセプトが、高度な技術情報を売り物にするヨーロッパの二輪ジャーナリズムやマニアの高い評価と共感を集めたものです。

さらに、F1レースの4サイクル排気量制限が750ccに引き下げられたこともあって、早くもFZ750のレースシーンでの活躍を期待する声も高まっています。こうして「85年750ccはFZ750」の声は、ここケルンからいま全世界へと広がっているとみられます。

'85 MODELS for USA

ヨーロッパ・ライダーの人気を一手にさらったケルンシヨ
ーでのFZ750の登場から1ヵ月、今度は先進のヤマハテクノ
ロジーに身を固め、強烈な個性で登場した'85年アメリカ向けモ
デルが、全米ユーザーの話題を独占しています。

モーターサイクル23機種、スクーター5機種、オフロード3
・4輪8機種……先の全米ヤマハディーラーミーティングで発
表されたアメリカ向け'85年モデルラインナップの中から、話題
の4モデルをご紹介します。ヤマハは夢をかたちにします。

ホットロッド、スプリント・アメリカン

VMX12(V-MAX)

ホットロッドフィーリングをそのままモー
ターサイクルに再現したVマックス。DOHC
4バルブ・水冷・V4エンジンは、新開発の
*V-ブーストシステム。を採用して強力な
パワーをひき出している。

*V-ブーストシステム：低速域では1シリンダ
ー当り1基のキャブレターが働くが、中高速域
では1シリンダー当り2基のキャブを作動させてパ
ワーアップをはかるヤマハ新開発の吸気システム。



水冷・5バルブエンジンのニューアメリカン

XJ700Xマキシム

流麗なアメリカンスタイルの中に、水冷・
5バルブ。というハイテクノロジーを投入し
てヤマハマキシムの新しい方向性を示した自
信作。5バルブはもちろん、FZ750と同一メ
カ。また、空冷・2バルブ・4気筒のXJ700
マキシムも発表された。



ちびっ子や女性にも扱いやすいオフロード四輪車

YFM80

ちびっ子や女性、ビギナーを対象に扱い
やすさを主眼に開発したベーシックなオ
フロード四輪車。とはいえ、男性アダルト
にも十分な乗車スペースを備え、オプシ
ョンのリヤキャリアと相まってトランス
ポーターやユーティリティの機能も十分。



オフ・ライディングの楽しさを広げるプレイバイク

BW200

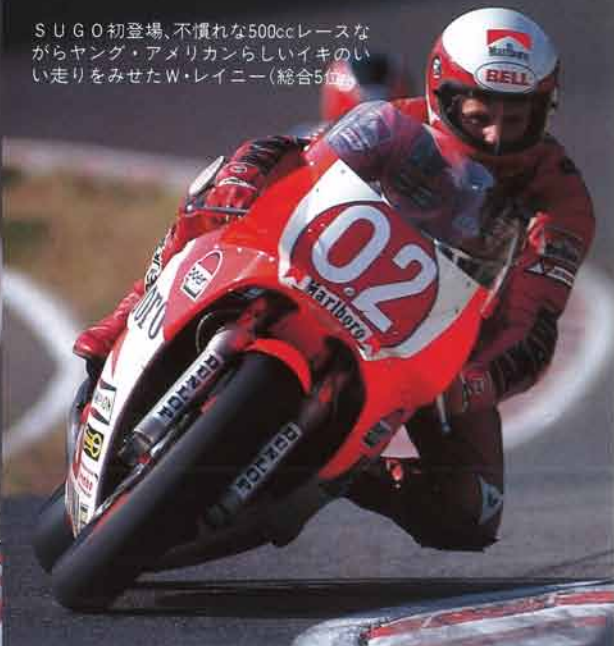
ビギナーからベテランまで幅広い層にオフロードランの楽しさを提供し
よう、と新開発したプレイバイク。4サイクル・単気筒の粘りづよいパワ
ーと強力サスペンション、バルーンタイヤで、オフロードの走破性も強力。



36000人の大観衆は 内外チャンピオンの華麗な対決に酔いしれた

●第12回TBCビッグロードレース●10月6日～7日●スポーツランドSUGO

世界チャンピオン、エディ・ローソンが2度目のSUGOに鮮かなラインを描いて先行すれば、全日本チャンピオン平忠彦が、限界までリヤタイヤをスライドさせながら必死にこれを追い上げる。10月7日、SUGOロードコースを埋めた36000人の大観衆はこの2人のチャンピオンの華麗な対決に完全に酔いしれていた。



SUGO初登場、不慣れな500ccレースながらヤング・アメリカンらしいイキのいい走りをみせたW・レイニー(総合5位)



り。大ベテランなら
スでファンを喜ば
3位)

のシケインで

50

レドチャンピオンに輝く
Z250の'85年モデルが新
を一新してマキシマム
一段とシャープなレス
じめ、フロントホイール
安定性の向上、アルミ
の徹底、等によって定評
に磨きをかけたものです。
ヤマハレーシングバッグ」
中です。
バルブ●最高出力70PS以上/
重量103kg(カウル付)

世界GP500ccレースの再現として人気を集めるTBCビッグロードレースも迎えて第12回。今回はYZR500でワールドチャンピオンを獲得したE・ローソンとTZ250で大活躍したケニー・ロバーツチームのホープ、ウエイン・レイニーも顔を揃え、先の日本GPで全日本V2を達成した平忠彦をはじめ河崎裕之、上野真一ら日本のトップライダー19名、総勢21名の選手で白熱したレースを展開した。

30周X2ヒートにわたるレースは、ローソンが「世界一速い男」の貫禄を見せて両ヒートともスタート・トゥ・フィニッシュの完勝。予選最高ラップをマークした平は、両ヒートともスタートの遅れがたり、豪快な追い上げを見せながらも2位に終わった。

また、最高位のプライベートライダーに贈られる高井幾次郎メモリアルカップは、RGB500で4位に入った水谷勝が獲得。

さらに、ビッグロードレースでは初の試みとして開催された国際A、B級、F3レースでも、江崎正、平塚圧治のFZR400ペアが1、2位。同じXJ400ZSを駆るB級の森盛幸が、みごと総合3位に入る大健闘をみせて、FZ&XJパワーが表彰台を独占。ファンのかっさいを集めていた。



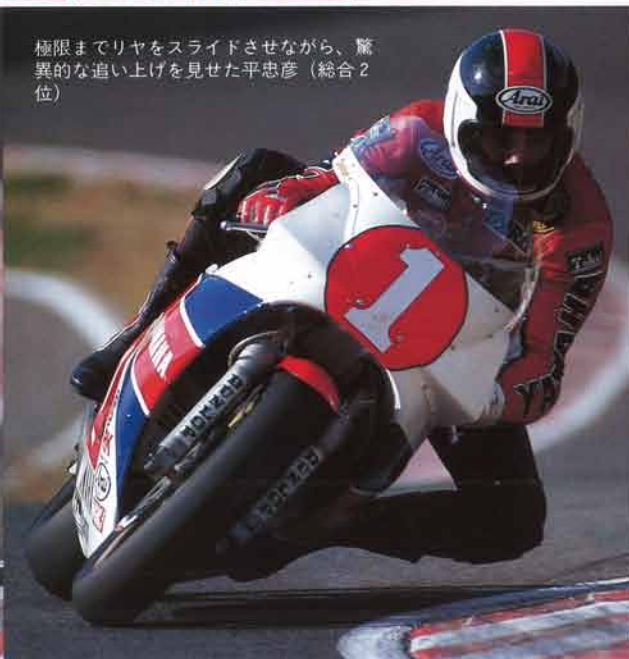
市販車ベースのレースとあって、メインレースに劣らぬ人気を集めたF3クラス。ここでも江崎正（写真）をトップに、FZパワーが上位を独占

メインスタンドを埋めた大観衆が総立ちになって見まもる中、豪快なクラッチスタートで第1ヒートの開始

ファンの大声援に応えるローソン（1位、中央）、平（2位、右）、河崎（3位、左）。この順位は両ヒートとも同じ。ローソンには優勝賞金100万円も贈られた



“キング”ケニーばりのダイナミックかつスムーズな走りで、観衆を魅了したE・ローソン（総合優勝）



極限までリヤをスライドさせながら、驚異的な追い上げを見せた平忠彦（総合2位）



まさにイブシ銀の走り。では安定したレースでせた河崎裕之（総合3位）

（※14ページに、E・ローソン選手のインタビューがあります）

※写真はいずれも第1コーナーのシ

タウンメイト80ニューカラーで新登場

●カラー：ラジカルグリーン



4サイクル・タウンメイトT80D（デラックス）T80ED（デラックス・セル付）がニューカラー・ラジカルグリーンで新登場です。パワフル&エコノミーなY.I.C.S装備4サイクルエンジン、静かでクリーンなシャフトドライブそして安全、快適な充実装備……セールスポイントいっぱいのタウンメイトが、さらに売りやすくなります。（写真はT80D）

ワールドチャンピオンマシン '85モデルは戦闘力をさらにアップ! TZ25

●標準現金価格：1,430,000円



'83、'84と2年連続ワールド“最強の市販レーサー”TZ25登場しました。

この'85TZ25は、吸排気をパワーを向上させ、同時に一ポンスを確保したのをはじめの17インチ化等による操縦安部材の多用による軽量化の徹のハイポテンシャルにさらに磨き。 ※12月31日まで、「チームヤマ」プレゼントセールも実施中

●水冷・2サイクル・並列2気筒・クランク室リードバルブ 12000rpm ●最大トルク4.2kg・m/11750rpm ●半乾燥重量



特集 '84から'85へ どう進むスクーター市場



昨年3月のデビュー以来、わずか14カ月たらずで、30万台突破という驚異的な販売実績を記録した「ヤマハジョグ」。

この4月には、ひと月で3万9千台という空前の売上げをマークするなど、'84前半のスクーター市場は、まさに一大ヒット商品・ジョグ一色の感があります。

そして、さらに夏場以降はチャンプ、キュートの'84ニューヤマハスクーターがジョグの後を受けて好調。確実にお客さまを増やし、スクーターはヤマハのイメージを改めて市場に植えていきます。

しかし、こうした動きの中にも、主体となる需要層の変化、保有台数の増加による購買形態の変化、そして何よりもお客さまの機種選定の規準やスクーターに対する価値感の変化、さらに使い方の変化……など、さまざまな変化が急ピッチで進行していることも事実です。

そこで今月は、ターニングポイントにあるスクーター市場は'85年に向けてどう進んでいくのか？ その予測のための最新スクーター事情を販売店さん、お客さまの双方からうかがってみました。



スクーター主力販売店さんが語る スクーター市場は、いま……

まず最初はスクーターを主力にご商売する東西3店の販売店さんに、スクーター市場の現状を語っていただきます。

いまやスクーターは生活道具のひとつ 機種選びも個性にあわせて



「ジョグ、チャンプ、キュート、ヤマハスクーターはお客さまを選ばずに売れるラインアップが強味です」とおっしゃる橋本ヤマハセンターのみなさん。左から奥さま和子さん、藤原社長、サービス担当の長谷川さん

●橋本ヤマハセンター・藤原忠利社長(岡山市南中央町)

岡山市を貫く国道2号線に面した橋本ヤマハセンターさんは、この道16年の老舗。モノ選びに厳しい西日本のスクーターユーザーの心をつかりとらえる藤原忠利社長は、スクーター商戦の現状を、つぎのように分析します。

チャンプはヤング男性に、ジョグはヤングの男女から主婦まで幅広い層に支持されていますが、意外なのがキュート。うちでは主婦ばかりでなくヤング男性にも評判がいいんです。価格的に買いやすいこともあるんでしょうけど、ヤングも満足させる走りやセンスが備わっているからでしょうね。



すでに積極的な代替促進アプローチが展開されている(写真は下取りセールDM)

なく洋服などを選ぶのと同じ眼でスクーターを選んでいきますね。カラーひとつでも徹底的にこだわる。女性のお客さまなど、迷いだしたら止まりませぬよ。(笑)

支払いもクレジットが増えて多少高価なものでも手軽に購入できるので、本当に自分のセンスに合ったものを選んでいきますね。

展示会や免許教室などこれまでのやり方ではお客さまを把握しにくくなっていますが、これもひとつの表われでしょう。これが指名買いの増加にもつながっている。スクーターが自転車代わりになって、新規の人でもわかりからの豊富な情報で、スクーターのことを相当に知っているんですね。目新しさは薄くなりテレビや冷蔵庫と同じような生活道具のひとつとなっている、ということだと思います。

当然、販売も新規の開拓と同時に既存客のフォローがポイントになってくるでしょう。うちでは、パッソル以来相当の数が顧客名簿にありますので、見込み客をピックアップしてDMでアプローチしています。先日洗い直したら、約800名も対象者がいました。点検サービスと下取りセールで、来店を呼びかけていますが、いまからその成果が楽しみです。

1家に1台からパーソナルユースの時代へ ヤングは対象機種を絞り込んで来店

●未広商会・野網賢二社長(神戸市兵庫区)



新規、代替比率は半々。自立っヤングの指名買い

もともと四輪の販売、修理、車検のお店だった末広商会さんがスクーター販売に本格的に取り組み始めたのは、2年前から。4輪ユーザーからの要望に応じての事業拡大でしたが、スクーター販売のすべてを受け持つ奥さま・政子さんにかがいました。

60%がジョグで、残りがキュートとチャンプというくらいジョグ一色の年ですね。お客さまも10代後半から20代前半の大学生さんやサラリーマンの方がほとんど、ええ、女性も少なくありませんよ。

そんな中で、最近とくに変わったなと思うのは、若いお客さんが積極的にスクーターを自分の生活の中に取り入れようとしていること。個人的なお客さまたちが、個性にあわせた使い方をするようにしている、ということですね。

前は「一家に1台、ついでにわいわいしたけどいまは「一人1台」といえそう。一家に2台以上なんてのも珍しくなくなりましたよ。

いうより、最初からお目当ての機種を2、3決めて来て、店頭で実車を前に最終決定するだけ。自分の好みははっきりしているんですね。もちろん、一時期のように「安ければなんでもいいから」とか「前へまっすぐ走ればいいんだ」なんてお客さまは、姿を消したみたい。良い商品を見つけたりと見きわめ、選べる眼をお客さまが持つてきたことを、売り手は絶対に忘れてはいけません。

うちでは、85年に向けて「一人に1台」をテ



この秋、末広商会さんのメインプランは「子算少々ジャンプ徳得セール」。これも店頭告知から、四輪ユーザーへのDM、電話によるアフターフォローと入念なもの

最後に伺ったのは榎サイトーさん。横浜市戸塚区の住宅街で積極的にスクーター販売に取組むお店です。さて飯吉要助店長の分析は――

昨年、一昨年に比べ市場が正常化して商売が非常にやりやすくなった、本当の商売ができるようになったのが今年のスクーター商戦ですね。実際ジョグとキュートを中心にほぼ予定どおりの台数を販売できそうです。うちでは、ジョグ、キュート、チャンプの比率が5対4対1といったところ。お客さまを見るとやはり最近代替、新規の割合はほぼ半々。年令的には高校生や大学生などのヤングがめっきりと増えています。

ヤングギャルもたいへん多いんですよ。キュートなどは彼女たちに人気バグンで、最初に登録した10台のキュートは、すべて10代のギャルでした。

それと代替ユーザーを見てみると、必ずとい

ーマにパーソナルユースに合わせたスクーターの訴求をしていきたいと思っています。DMとチラシで来店を促し、店頭試乗で商品性を確か



市場の変化をしっかり見きわめて、タイムリーな販促企画を打ち出す野網政子さん

●(有)サイトー・斉藤富次社長(横浜市戸塚区)

ついでに1ランク上の車種を選んでいきますね。買い方は、クレジットが減ってキャッシュが半分以上を占めています。またお客さまの多くは、車両価格だけでなく保険料などすべてを含めて「価格」を考えられているようです。だから10万円程度の価格帯というのは、区切りが良くてとても商談が進めやすいですね。

機種を選定でいえるのは、指名買いが増えていること。「何かいいスクーターありませんか？」なんて人は3分の1くらいですね。とくに若い学生さんたちは口コミなどで走り、加速性、スタイルなどそれぞれの機種の評価も決まっているようです。

うちでは今年も、近くの西友ストアさんとタイアップして「スクーターフェア」を開催。潜在需要の掘り起こしをつけてきましたけど、来年もこうした活動を通じて、口コミや紹介販売を促進。うちのスクーターユーザーの輪を広げていこうと思っています。

お客さまが語る

スクーター・ユーザーは、いま……

さておつきは、スクーター・ユーザーのみなさんは、どんなことを規準にスクーターを選び、どんな使い方をされているのか？ 実際のユーザーの方がたに、うかがいました。

パツソルからキュートへ、私たち全員“代替組”

数年前まではスクーター・ユーザーの代名詞ともなっていた婦人層。彼女たちもすっかり様変わりした昨今ですが、岡山にお住まいのこの3人のように「普通免許もあるけど、毎日の足としてはスクーターが最高。便利で経済的なスクーターは絶対にやめません」とおっしゃるスクーター党も少なくはありません。



そんなみなさんに共通しているのは、長年のキャリアアから機能や性能などスクーターを見る眼がしっかりと出てきていること。それまでのパツソルから、今年そろってキュートに乗り代えた3人のコメントをお聞きください。

●宮本咲代子さん（主婦兼OL）…原付バイクに乗って11年、今度のキュートで3台目ですけど、毎日の足としては格段に使いやすいですね。良く走るし、乗り心地がいい。

●山口和美さん（OL）…たしかに出足や加速はパツソルと比べるとタンチみたい。それに音が

オシャレなジヨグはファッションブルなギャルズライフの“必需品”

いまやスクーター・ユーザーの中核を占めるヤング。中でも増加めざましいのが女性たち。スクーターはひとつのファッション、走ることはアミューズメント……神奈川県相模原市にお住まいの渡辺さん、佐藤さんのお2人もそんな行動的なスクーター・ギャルの代表です。



ジヨグは“原宿スクーター”、兄弟共有でフル活用

毎日の暮しをファッションブルに彩る。小道

●渡辺江津子さん（19才・OL・写真右）…スタイルも名前もとっても気に入っていたので、スクーター買うならジヨグ、と決めてました。最初見た時、とってもカワイかったし。

●佐藤真由美さん（19才・学生・写真左）…みんなも乗ってるしね。

●渡辺さん…うちの会社の駐車場なんかジヨグが全色そろってるわ（笑）。

●佐藤さん…出足がいいのが最高。私は音楽が趣味でレンタル

レコード屋さんによくでかけるんですけど、そんな時は気分爽快。混んだ道もスイスイ。フロントバスケットにレコードジャケットを入れて走るのってオシャレでしょ。

●渡辺さん…ジヨグってとってもオシャレよね。洋服でもスカート買う時は、それに合わせるブルウス考えるけど、ジヨグの時もいろいろ気を使いました。私はテニスをするんだけど、コートに行く時はいつもジヨグ。ラケットと白いジヨグがとっても良く似合いますよ（笑）。

●佐藤さん…乗ってて恥ずしくないスクーターって、あるようでいて実際少ないのよね。

ジョグ&チャンプは キャンパスライフの最高の足



キャンパスライフの足にスクーターを、最近めっきり増えているこんな姿も、スクーターがヤングのライフツールとして定着したことの象徴。今年から京都で大学生活を始めた宇都宮雅史さん、黒河保明さん、河野享さん、水穴千里さん(写真左から)の4人組も、ジョグやチャンプで学園生活をエンジョイされています。

最初は暮しの足としてしか考えていなかったんですけど、手軽なのであっちの名所、こっちの旧蹟などいろいろ京都めぐりをしたり、早朝5時頃起き出して地図を片手に走りまわっています。みんなて琵琶湖までツーリングしたり、知らず知らずのうちに行動半径がグングン広がっているんです。近所での買い物、通学からツーリングまで、もう僕らの生活にスクーターは欠かせませんね。

●土屋正宏さん…以前はXJ400ZSに乗っていたんですが、毎日の生活に使うスクーターが欲しい、と考えていろいろ物色。結局スポーツバイクと同じ感覚で乗れそうなチャンプを選びました。やはり通勤や買い物など街中使用もすべてXJというのには、ちょっときつかったです。チャンプは考えたとおり。街中の小さなスポーツバイクという感じで私の生活空間を走りまわっています。

この夏には、ジョグの友だち2人と千葉の海へも出かけましたけど、荷物をフロントバスケットに入れて、ハイキング気分ですりリングを楽しんだのはスクーターならではの楽しい発見でしたね。もうスクーターは、あって当たり前、というほど生活に溶け込んでいますね。そんな中にも、いろいろな楽しさを発見していきたいですね。



静かになったのも、うれしいわ。
●宮本恵子さん(主婦兼OL)…見た目はバツッルより大柄でも、実際にとりまわしたらとても楽。買利物の時など助かります。
●宮本咲代子さん…主婦は1回の買利物も多から軽くて、安定しているのは助かります。特に前のカゴは、ハンドルと一緒に動かないので荷物をたくさん積んでも安心。ガソリンやオイル量が外から判かるのも便利です。
●山口和美さん…私は毎日の生活以外にもキュートを使っています。海に遊びに行ったり。スタイルや色もカワイイから、けっこう注目されて、楽しいですよ。
(写真は、右から宮本恵子さん、山口和美さん、宮本咲代子さん)

史さん、黒河保明さん、河野享さん、水穴千里さん(写真左から)の4人組も、ジョグやチャンプで学園生活をエンジョイされています。僕たちは全員地方出身、今春から京都に出て来て下宿生活を始めたんです。慣れない土地での新しい生活を少しでも行動的に、と思って一人また一人とスクーターに乗り始めたというわけ。行動が制約されない、速い、安いからとジョグとチャンプにね。

いまやリッチなヤングは、四輪やスポーツバイクを楽しみながら、セカンドバイクとしてスクーターを使う時代。中型キャリア5年という土屋正宏さん(23才、会社員、東京都江戸川区)は、DT200Rでオフロードを楽しむかたわら、毎日の生活ではチャンプを使われています。

●土屋正宏さん…以前はXJ400ZSに乗っていたんですが、毎日の生活に使うスクーターが欲しい、と考えていろいろ物色。結局スポーツバイクと同じ感覚で乗れそうなチャンプを選びました。やはり通勤や買い物など街中使用もすべてXJというのには、ちょっときつかったです。チャンプは考えたとおり。街中の小さなスポーツバイクという感じで私の生活空間を走りまわっています。

スクーターを買おうと思った時、すでに頭の中にはジョグしかなかったんです。スタイルや色も気に入ってしまいましたが、走りや性能は販売店・モトショップユキさんでの試乗で、すでに確認済みでしたから。僕の場合、色なんかにも凝る方で、いまのRZ250も赤、普段の服装も赤が多いんですね。当然ジョグも赤。コーディネートなんて大袈裟なんじゃないけど、ファッションも大いに楽しんでいます。四輪にRZとしてスクーターの3台を使い分けてますけど、友だちのところへ出かけたり、買い物やアルバイトに通ったりジョグにいちばん乗っています。高校生の弟との共有ですけど、彼もずいぶん気に入ってますよ。



具。としてスクーターを使う多くのヤングたち。東京・原宿に住む小島正雄さん(19才・学生・写真右)、雄二さん(17才・学生・写真左)の兄弟共有のジョグも、ヤングの街・原宿を毎日カッコよく走りまわっています。

●小島正雄さん



'84から'85へ どう進むスクーター市場

以上、スクーター主力販売店さんの見た'84市場動向と最近の一般的スクーターユーザーの姿をご紹介しましたが、では最後にこれらをもとにスクーター市場の現状と'85年を予測してみましよう。お店の'85年スクーター販売計画立案のご参考になれば幸いです。

'85年さらに増えるヤング、代替需要

さて前出の販売店さんの市場分析とお客さまの声を整理したのが上です。

このうち、'84年から'85年への市場傾向の特徴としてまっ先にあげられるのが代替市場の拡大です。来年の二輪車の保有台数はアンダーボーンタイプも含めると、1500万台にものほり、一世帯当たりの普及率も、約42%という高率に達すると予測されています。この数値は、ルームエアコンや応接セットとほぼ同率（58年・日本の統計より）。そして、このうちの7割近くをスクーターが占めているのですから、もはや、乗るべき人は乗っている。と考えるのが妥当でしょう。

事実、最近のスクーター各モデルの新規、代替別を見てもジョグだけは新規免許のヤングが多いことから新規66%と、新規が代替をうまわっています。その他はキュートの半々、チャンプの代替55%と、他はいずれも代替需要が新規需要をうまわっています。

そして、もうひとつの特徴は、ご承知のとおりヤング需要が著しい伸びを示していることです。

男性は、16才から19才のヤング、高校生と大学生を中心としたユーザー群が中心。そして女性では、16才から24才までと35才から39才までのふたつの山があるものの、数年前とは異なりギャルやレディが増えていることがデータにもはっきりと表われています。

これらはいずれも、男性にも女性にも、ヤングの「生活道具」としてスクーターがしっかりと定着したことの表われ、この傾向は'85年さらに顕著



10万円クラス
スクーター
伸び堅

コストパフォーマンスを
適格に評価

■'84から'85へ、スクーターに対する感覚の変化

感性重視の
選択傾向

アミューズメント
志向の
強化

生活用品
として
定着



そのスクーターの持つ
見場や雰囲気など
感覚面を重視する傾向
が強まる

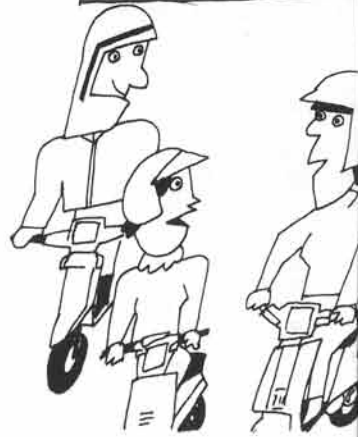


スクーターは
生活を楽しく
するための道具
の意識も強まる



すべての人に
スクーターは
毎日の生活用品
のひとつ
の意識が定着

付加価値
重視の傾向
強まる



になるものと見られています。

一時の混乱も収束して、正常化した84スクーター市場の中でもうひとつ注目されるのは、近年にない大ヒット商品・ジョグの爆発的人气によるところでもあるのですが、スクーター各クラスが軒並みに市場を縮小している中で、10万円〜13万円のクラスが、確実に需要拡大を達成していることです。

これは、10万円台クラススクーターのコストパフォーマンスが冷静に評価されたもの。人びとの選択眼も厳しく、実質志向が一層つよまりそうな85年、この10万円台クラスへの人気とコストパフォーマンス重視の選択傾向もまた、当然拡大していくと考えてよいでしょう。

お客さまのスクーターライフ演出で
'85年も需要開拓

一方、お客さまのスクーターに対する感覚を整理してみると、「安ければ何でもよい」という傾向は、ほぼ完全に姿を消し、それぞれのスクーターの持つ商品性や付加価値をしっかりと見極めようという姿勢が目立って増えています。

そして、生活の基本ツールとしてスクーターを考える傾向が定着する中で、さらに進んでスクーターに乗ることを生活の中で積極的にエンジョイしようという「アミューズメント志向」が、つよまっていますのも注目されます。

この傾向は当然、自分なりの生活感を重視する、最近の人びとの消費感覚とも密接に関連し、スクーターは単に価格や性能ばかりでなく、そのスクーターの持つフィーリング、雰囲気といった感性面までが問われる時代になりつつあるといえます。

さて、ざっと以上のような状況の中で'85年を迎えようとしているスクーター市場。お店からお客さまへのアプローチも、当然、スクーターそのものの良否や買いやすさなどといった従来路線での訴求から、スクーターライフの演出によるお客さまへの生活提案など、新しいアプローチを通じて、新規、代替両需要の確実な拡大が期待されているのです。



●エディ・ローソン選手 プロフィール●

■1958年3月11日、アメリカ生まれ
 ■南カリフォルニア、アップランド在住
 ■身長177cm、体重61kg ■血液型・A
 ■趣味：トータルライディング（南カリフォルニアの砂漠や冬の山間部での）スポーツカー、ビデオゲーム、読書
 【おもなレース歴】
 '78年：アメリカ西部・ジュニアダートトラックチャンピオン
 '79年：アメリカ・ダートトラックレース、エキスパート最優秀新人賞

'80年：デイトナ・ライトウェイト100マイルレース（250cc）優勝
 全米スーパーバイク選手権2位
 '81年：全米スーパーバイクチャンピオン
 '82年：2年連続スーパーバイクチャンピオン
 '83年：ヤマハ・マルボロチーム加入 世界選手権ロードレース
 500ccクラス・ランキング4位（これは500ccクラスの新人としては最高位）
 '84年：世界選手権ロードレース500ccクラスチャンピオン
 スーパーバイカーズ優勝（アメリカ）

すべてがパーフェクトだった！

「みなさまのご声援のおかげで、世界選手権と全日本選手権の500ccクラスのタイトルを獲得できたことを本当に感謝しています。特にローソン選手は、打倒スペンサーに燃えるチームの期待に完全に応えてくれた」（ヤマハ発動機・モータースポーツ開発室・土井進

室長）
 「よいマシン、すぐれたライダー、優秀なメカニック、そして運……この4つが揃ったからわれわれは勝ったのだ。運なんかじゃない。私自身チームオーナーになって5年、最高の年だった。ヤマハ・マルボロチームオーナー！」

G・アゴスチーニ
 10月6日、第12回TBCビッグロードレース決勝前夜のスポーツランドSUGOで行われた記者会見の席上、ヤマハ・マルボロチームの関係者は口をそろえて世界選手権獲得の喜びを語っていました。大方の予想を裏

切って、といわれる。『ステディ』エディとYZR500の2年目の快挙も、彼らにはプログラムどおりのジョブだったのです。
 そんな中で、みごと大役を果し、『ステディ』な中にもチャンピオンの自信を見せるエディ・ローソン選手にインタビューしました――

100%集中くん、
 コンスタントに走った！
 ワールドチャンピオンおめでとうございます。

「ありがとうございます。来年もぜひ、ヤマハに乗ってまたチャンピオンになりたいですね。」
 「84シーズンで最も印象に残っているのはどこのグランプリですか？」
 「勝ったレースは全部（笑）。いやいや、やっぱりスウェーデンGPかな。」

タイトルを決定した11戦ですね。あのレースは4位以内ならチャンピオンが決まったのに果敢に1位狙い。みごと優勝で、チャンピオン獲得に花を添えたわけですね。
 とところで、昨年は『キング』ケニーという偉大なエースライダーがいた。逆に今年は、あなたがナンバーワンだったわけですが……。
 「ええ、それで僕自身とっても緊張しました。でもチーム全体が徹底的に僕を中心にした体制をとってくれたので、おかげで走りにもずいぶん自信ができました。」

おめでとう
 エディ



「エディには、まずサンキューといいたい。世界チャンピオンになるにはいろいろな要素が必要なんだ。よいライダー、よいマシン、よいスタッフ……今年はずべてが最高だった。彼はグッドライダー、世界一だ。」
 ジャコモ・アゴスチーニ（ヤマハ・マルボロチーム監督、15回の世界チャンピオン経験者）

エディ・ローソン選手インタビュー



ヤマハ・マルボロチームは、アゴスチーニ監督、チーフメカのケル・キアラザースを中心にとてもスムーズに活動していました。メカニックも、一度もミスは犯しませんでした。すばらしいチームは体制、有能なスタッフ、そしてなによりもすぐれたマシン：今年はずべてがパーフェクトだったと思います。それにしても、このチームワークの良さはGPの世界では有名なですよ。監督とメカの1人はイタリア人、チーフメカのケルはオーストラリア人、ライダーの僕はアメリカ人、もう1人のメカはフランス人、そしてヤマハからエンジンアスの日本人、これにサスペンションのスイーデン人……なんと6カ国の人が集まったチームなんですからね。言葉も十分に通じないのに、なぜあんなにうまくいくんだ……って」

さて、新チャンピオンは、ご自分の走りをご分析されていますか？

**おめでとう
エディ**

「1年目の昨年とくらべてもエディのライディングは格段によくなっている。今年どのGPが最高だったか、についてはいろいろ意見も分かれるが、私は第一戦の南アフリカだね。コンスタントで慎重派というのが彼の一般的な評価だけど、それは感情の起伏が少なく、クールだということ。いいライダーだ。子供の頃、サンディエゴの私の店に250ccバイクを買いに来たことがあるっていうけど、覚えてないんだ私は」

ケル・キアラザース（ヤマハ・マルボロチーム・チーフメカニック。69年250cc級世界チャンピオン）

「100パーセント集中する。そして、レース中は少し許されませんか。とくにコンスタントに走るんだ、というのは、シーズン前からの作戦でした。もちろん、その中で自分の能力を100パーセント発揮しようとトライしつづけてきたわけですけども」

でもリミットは越えない。そこが、ステディ、エディといわれるゆえんですね。

「そうですね。それが今年チャンピオンになれた最大の理由だと思っています。」

大先輩、キング・ケニーから、いろいろとアドバイスもあつたと思いますが、とくに心に残っていることはどんなことですか？

「言葉ではありませんが、ライディング・テクニックのこと、マシンのセッティングのことなど、はかり知れないほどたくさんのお話を実際に教わってききました。とってもありがたかったですね」

84シーズンも、あなたと同じアメリカ人ライダーの活躍が目立ちましたが、ライバルたちについては？

「スペンサーは、才能もチャレンジ精神もあり、まがいなくトップライダーの1人です

**おめでとう
エディ**

「オランダとベルギーのふたつのGPで一掃に走りつづけてエディと接する機会も多かったんですけど、彼もシャイ、僕もシャイ。性格的に同じようなタイプなんで気が合うなあーと思いましたね」

平忠彦（ヤマハレーシングチーム、'83、'84年全日本500cc級チャンピオン）

ね。マモラも安定している。アメリカンではないけれどロッシが今シーズン、とくに後半から良くなってきたね。来年はもっと伸びるんじゃないかな」

来シーズンも最大のライバルはスペンサー？ V2の自信は？

「ライバルはやはりフレディでしょうね。V2の自信はもちろんあります。YZR500は、とても信頼性が高く、よく走ってくれます。トラブルのない安定したマシン……長いシリーズ戦を勝ち抜いてタイトルを獲得するためには、これが最も大切な要素だからです」

**バイクファミリーの中で
7歳から乗り始め……**

もう少し、ご自身のことを話していただけますか。チャンピオンはダートレースから始めてスーパーバイクレース、グランプリレースと移ってきたわけですけど、それぞれの間にどんな違いを感じますか？

「レースとしてはビッグなものに移行してきたわけだけど、自分の能力にトライしつづけているということでは、ずっと同じですからね、特別な違いというのは感じません」

どんな動機でバイクに乗り始めたんですか？

「バイクファミリーだったんですね。父もレースに出ていましたし、僕にバイクを教えたのは祖父。7才の頃で、まだバイクに

ヤマハは「誇り」

最後にもう少しレースのことを。同じマシンに乗る、全日本チャンピオンの平忠彦のことをどう思います。今年はふたつのGPを一緒に走られたわけですが。

「彼はすごく良くなってきたと思います。僕の時もそうだったけど、初めてのGPレースというのは大変なものなんです。だけど彼は十分に才能を発揮しましたね。アッセン（オランダGP）でもフランコルシャン（ベルギーGP）でも、とてもいい助けになってくれた。出場が増えれば、自信もついて、もっともつと良くなると思います」

チャンピオン自身は、ヤマハ、という名前前から何を感じますか？

「誇りです。ヤマハがすばらしいマシンを手えてくれた結果が、今年の優勝だったんですから。一般ユーザーの立場で言えば、ヤマハは仕上げがいい、というのが、定説になっているようにですね」

日本のファンに最後にメッセージを。

「来年もチャンピオンになって、ぜひまた日本に来たい。そしてまた、SUZOのビッグロードレースで会いたいですね。ご声援よろしくおねがいします」

またがると足が地面にとどかなかつたんですけど、そんな僕を週末ごとに近所の砂漠に連れて行っては、乗り方を教えてくれました。ですから、今年僕がチャンピオンになった時も、祖父がとっても喜んでくれたんです」

二家族は？

「両親と21才の妹。家族はカリフォルニアに住んでいます。といっても、シーズン中家に帰ったのは1度だけですけれどもね。ガールフレンド？ 特定の人はいません。いま捜しているところ……（笑）」

オフはどんなことをして過していますか？

「スキー、水上スキー、ジェットスキー、カイト……全部家の近くでできるんですよ。バイクもストリート用とモトクロッサーを何台か持っていて、良く乗っています」

こんにちは 奥さま

ヤマハ

社長さんが語るうちの女房



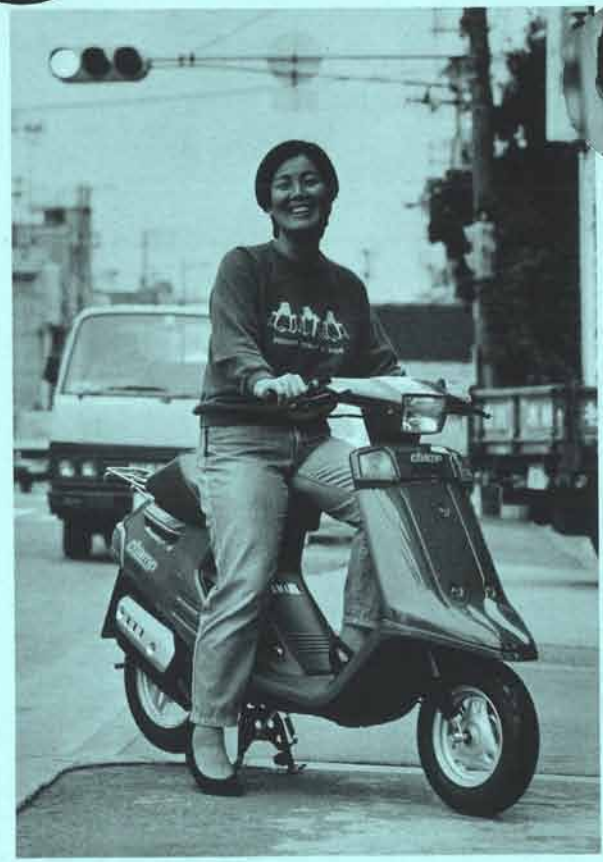
大阪

朝夕めっきり冷え込んできましたね。お風邪などひかずにがんばっていますか？ 商売のメチカ大阪のどまん中・ヤマハ関西西営業所管内の奥さまたちも、なにわ商人のご主人をしっかりと支えて活躍中です。

♥白江和子さん
「男の目の届かないところって、意外に多いものなんだね。そんなところを、じつじつとまわすカバール」
「お客さまの身になった細かな気くばり、それが女房の人気のヒミツじゃないかな」
●白江モーターズ（大阪市阿倍野区）
白江重弘社長



♥石原幸子さん
「スラック交換ぐらいは自分でやるし、けっこうメチカ好きだね。今の仕事をしっかりやってくれば申し分なし！ 自作のシートカバーを原価でサービスしているけど、お客さんには好評だよ」
●モーターズ石原商会（大阪市西淀川区）石原喜久太社長

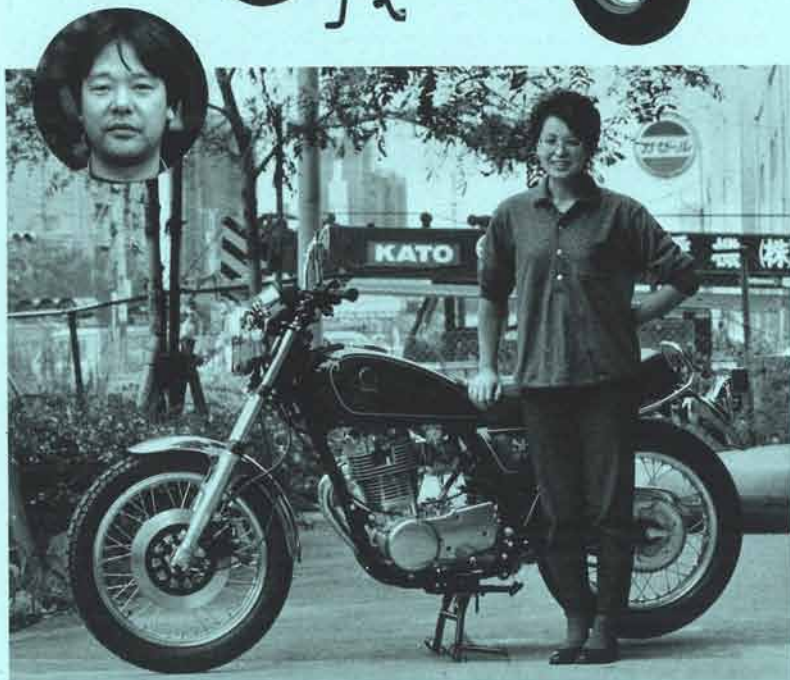


♥岡本トクエさん
「たとえばウマイものなど、家の者には食べさせないでお客さんに食べさせる。そんな女房なんです。男っぽいというか、けっこう内助の功もありますけどね……」
●モーターズサイクル玉船（大阪市西区）岡本勝雄社長

● **大本栄子さん**
 「しっかりもんの女房やね。僕が何もやらないから、何から何までやってくれる、ほんと**パーフェクト**です。お客さまの相手も苦にしないし、楽しい雰囲気づくりもうまいですよ」
 ● 大本オートサービス（大阪市大正区） 大本市郎社長



● **藤田モト子さん**
 「**ネアカ**な性格で、お客さんと打ちとけて応対できるのが女房のツヨミ。販売のコツは、店の中に引き入れる、そして椅子に座らせる……これを確実にやっている。乗り方指導もなかなかですよ」
 ● 懶フジタ中販（大阪市天王寺区） 藤田泰介社長



● **岩永宏子さん**
 「女房に支店を任せて1年、なんでもやってやろう！ っていう気でトライしているのがいいですね。ディスプレイなども、スティックや用品店へ行行って勉強しているし。バイクの**夢とロマン**あふれる広場にするんだってはりきってますよ」
 ● オートショップ岩永（大阪市大正区） 岩永元同社長



● **中松芳栄さん**
 「よく働くよ。陳列車は、いつもワックスがけてピカピカ。それだけ商品を大切にしているんだってこっちが感心してる。この分だけ**給料**もはずまなくちゃね(笑)」
 ● 中松商会（大阪市港区） 中松武社長



●太田克彦が人気マガジン編集長に聞く当世若者氣質
Magazine Magazine

⑪



「ビー・パル」

〔発行所〕小学館
 〔創刊〕1981年7月創刊。毎月10日発売、現在41号。
 〔編集部構成〕6名（男5名/女1名）、外部スタッフのライターは7名。
 〔読者対象〕中学生から大学生までが50%で、20代から30代が残りの50%。ピークは17~25歳。地域別では関東地区が40%を占める都市中心型。女性は約1割だが、実際には男性読者との併読もあるのでそれ以上と思われる。
 〔編集方針〕自然が好きなのための月刊誌。自然をテーマに、マニア相手ではなく、自然志向をもった人間すべてに語りかけている。
 「当初は『自然を手でつかもう!』というキャッチコピーを表紙に載せていたが、今さらいふ必要もないだろうということでは外している」とか。

〔編集内容〕半分はルポルタージュ、インタビュー、企画物などの読み物でまとめ、残りをハウツー物とグッズカタログ等で埋めている。
 〔編集長プロフィール〕1966年に小学館に入社。『ボーイズライフ』編集部に在籍（2年）した後、『ビッグコミック』の創刊と同時に同編集長にかかわり副編集長まで努める。その後、『少年サンデー』編集部に移り副編集長を努めると同時に、プロジェクトチームにも参画。'81年3月に企画開発室に移り『ビー・パル』創刊にたずさわる。1944年1月11日生まれ。血液型はAB型。

●第11回ゲスト

BE-PAL

編集長 **中村 滋氏**

てい同業者なんです。読者も、それに広告関係のひと専門誌とは思ってないですすね」
 「でも一般誌と呼ぶには特徴があまりにはつきりしてらんじゃないですか？」
 「そう、自然の好きなひとすべての月刊誌といえますか、そのてんほかの雑誌とはちがいますね。なにしろいまのところ対抗誌がないんですから。これまでに他社でもいろいろ対抗誌については研究したらしいですよ。でもきつとよくわからなかつたんでしょね、『ビー・パル』が。なまじアウト・ドアスポーツの雑誌ならよくわかつたんでしょね」
 「そうか、アウトドア・スポーツの雑誌なら専門誌で、アウトドアすべてにわたると一般誌になるわけだ。それではどうしてそういう雑誌をつくらうという結論に達したんですか？」
 「この雑誌の創刊には2つの珍しいことがあるんです。
 ひとつは創刊するまでに5年も模索していません。もうひとつは、まったく自分たちから出したという企画を提出して生まれました。たいていは上のほうからこの雑誌を企画しろという方向で提案されるんですけどね。」

『身のまわりにはエレクトロニクスが増えるほど自然を求める欲求も強くなるのでしょ』

オートバイをはじめ、ぼく自身がいくつつかアウトドアのスポーツが好きなので、『ビー・パル』にはときどきハツとさせられる企画があると思っていた。
 この雑誌には、釣りとかスキーとかのジャンルにこだわらず、あらゆるアウトドア・スポーツが載っている。しかしそれだけにぼく

にとつて興味があるものもないものとの差はげしく、正直いってどうい性格の雑誌かつかみかねるところもあった。しかし今回、中村編集長のお話をうかがってよくわかつた。同時に自然が消えていくなんていつも嘆くわりには、実は自然にたいしてキメ細かい目を向けてはいなかつた自分のことを大いに、

反省もした。自然を日常生活の対極においてついでにせよとらえようとしがちなが、自然は生活の中にあるのだということを確信した。そういうことを具体的におしえてくれるのが『ビー・パル』という雑誌なのだと思う。

内容が非常に多岐にわたっているんです。が、世代的にいうとどんな読者に読まれているんですか？
 中心読者は17歳から25歳といったところな

んでしょけど、全体の読者像から見ると、そういう分け方はあまり意味ないんですよ。なにしろ中学生から中年にいたるまで熱心な読者がいますからね。つまり百万部売ってる

雑誌の読者構成に近いといえるでしょね」
 「専門誌としてはずいぶん幅の広い層をかかえている。
 「あつ、その専門誌って見方するのは、たい

日本だ何でも『道』を求めてストイック

になるでしょ。もつと気軽に、いい川があったらそこでコーヒー飲むとかね。大上段にふりかぶったかたちのヘヴィ・テューティのアウトドアじゃなくって、草花があったらそれをこく日常的に飾るといような発想で雑誌をつくっていったら、マニアだけじゃなくって、自分のまわりにいるすべての人が読者の対象になるんじゃないかと思っただけです」

——そうしたら案の定、自然が商売になった。もつとも現実の自然はだんだん遠くなりつつあるようですが。

「だからこそ、なおさら自然に執着するんでしょう。現代のようにテクノロジ社会になると、たとえばクルマなんかホンネットあけたらまさにブラック・ボックスでしょ。

これだけ身のまわりがエレクトロニクスだらけになると、まったく反対のことをやらないうとバランスがとれない。精神的におかしくなってしまう。これからは仕事はコンピュータがほとんど基幹部門をつかさどることでしょうが、そうなればなるほど私生活で自然を求めていく欲求が強くなるんだと思います」

——それでアウトドア・マンが最近ふえてるんですね。たとえばここ数年のあいだにオートバイのファンがふえたのも、自然指向のあらわれの、ひとつだと思いますが、中村さんはオートバイには？

「むかし、赤とんぼ」と呼ばれていたYA-1があるでしょ。あれに乗ってたんです、高校時代は。

生まれは東京ですけど高校時代まで名古屋だったんです。あっちには乗る場所があったから、よくモトクロスのまねごとをやりましたよ。むかしから2サイクルが好きなんです。

ただ、いまはときどき借りる程度です。反射神経がいまのバイクについていけないですよ。むかし乗っていたから、つい走れると思うでしょ、でもオンロード・タイプは性能がよすぎるんです。バイクって走るか止まるかどっちかでしょ。だからクルマのように余裕をもつて動かすことができないから疲れる。もつともオフロードのタイプは別ですよ。トライアル車で山を走るのは、いまでも好きです」

——「ビー・バル」でいつか見た、四輪ブラス二輪、つまりクルマにオートバイを積んでいって現地で楽しむっていう企画は面白かった。

「雑誌ではオフロードしかやらないんです。しかもバイクそのものよりもバイクの周辺を出したい。ファッションも含めて。そういえばバイク独特のファッションって、とてもおかしいですね。だって道具から離れて

ひとり歩きしてると、あれチンドン屋でしょ」

——いまツナギがはやってますけど、日本人の体型からいって決してツナギって似合わないですよ。上をぬいで両腕を腰のところで結んだりして、しかも街の中をそうやって歩いているのを見るとちよつと滑稽ですね。

「ブーツにしてもそう思う。レースやコンペティションは別だけど、もつと日常的に溶けこんだファッションを工夫してもいい。だい



「昔はYA-1でモトクロスのまねごとをやったり……」と話す中村編集長(右)と太田氏

いろいろなスポーツをやるのに、スポーツのジャンル別にそろえていたんでは、お金がいくらあっても足りないでしょう。

けつきよくアウトドアが一般的になったといつても、遊び方はまだまだ形にとらわれているんじゃないでしょうか。大袈裟かも知れないけど、道具と遊びとの関係は、どう生きるかという哲学的な考えの過程で幅をもつてくるんだと思います。自分の好きな道具を買ったら、それがヘヴィ・テューティ用だったというふうに、結果となってあらわれてくるのが自然なんじゃないでしょうか」

——どう生きるか、という方向性がこの雑誌のベースにはあるんですか。

「そうです。だから全体の半分はルポですが、インタビュ、企画ものなど、読み物のページで、あと半分をハウトゥウ企画と道具のカタログにあてています。

単に自然の中で生きる方法というテーマだけでなく、我々の日常生活にもつと密着したかたち、わるくいえば重箱の隅をつつく企画が中心といえるでしょう。

たとえば、海水の塩だまりには、どんな生物がいるか? という企画を考えるでしょ、つぎには水槽に人工的に塩だまりをつくって観察するというふうに、同じことをやってもアプローチをまったく変えるんです。だからいままでも雑誌をつづけてきて、同じことを2度やったことないんですよ。

新しい視点は読者個人の発見にもつながります。自分のポケット図鑑をつくる」という試みもやりました。

何気なく眺めている小川の中に何ががあるか? という風だね。見えるものを記録していく。一年たつとまったく自分だけの図鑑ができるわけです。春夏秋冬がよくわかって、これならオレもできる」というふうに読者が身近に感じてくれます」

季節とか天候を意識しますか?

「いえ、そんなに気にしませんね。本気で季節感を出そうとすると、ぜんぶ前の年に取材しなければなりませんからね。取材中に雨が降ればそのまま取材をつづけます。ですからこの雑誌は自然とごく自然につきあっているのだと思いますよ」

OTC



クラブ通信

⑪

大西輪業 / 大西康一社長(京都市右京区西院巽町25番地)

当番制のツーリング企画担当で、 クラブ員の参加意識をアップ。

京都市内の大西輪業さんを拠点に活動するオンロード主体のクラブ、それが大西ツーリングクラブ＝OTCです。月例ツーリングには、必ず大西社長もご夫婦で同行するというように、お店をあげてクラブ活動に意欲的に取組まれています。

クラブ員全員が企画マンです

人とのつながりを大切にしたいと販売をやっていきなさい。そう思って、うちがツーリングクラブの運営をはじめ、4年になります。今でこそクラブ員20名、月例ツーリングと月例ミーティング、それにクラブ員お揃いのジャンパー……と組織の面でも運営の面でも軌道に乗っていますが、最初の頃は僕ひとりだけでやっていたのでたいへんでした。なにしろ人数を集めるのに苦労して、一番最初のツーリングのときなんか、参加者の半分以上がヤマハの営業の人だったりして。

でも2年くらい前からかな、ちょうどうちの嫁さんもツーリングに行くようになった頃から自然と僕が運営に携わらなくてもクラブが動いてくれるようになってきました。

クラブの中での役割分担をはっきりさせたのが良かったんでしょう。会長1名、副会長1名、会計1名、そして月例ツーリングの企画は、クラブ員ひとりひとりに当番制で担当してもらおう、というやり方です。だからOTCはクラブ員全員が企画マンなんです。

女の子急増、で新たな悩みも

高野山とか越前海岸、それに琵琶湖あたりがこちらではツーリングの目的地です。最近女の子も増えてきたのでツーリングも一段と明るい雰囲気なんです。

でも女の子が増えると、その反面で色いろ苦労もあるんですね。恋愛感情的なのがクラブ内に色いろからんでくる。まあ、男と女

の間のことですから、色いろなことがありますが、クラブとしては誰が一緒になろうと離れようと関係ないっていうことにしています。むしろ本当に心配なのは事故とケガ。女の子の場合はとくに心配ですね。

ミニバイクレースで事故防止

毎年一度開いているミニバイクでのモトクロス&運動会も、実はそうした配慮からで、クラブ員の事故防止活動の一環なんです。

ミニトレなど、スクラップ同然のものを探してきては、みんなで動くようにする。それを何台か集めてコースへ運ぶ。コースまではツーリングを楽しみ、現地では抽選で乗るバイクを決める。それで何ヒートかをやる。準備もなかなかたいへんですが、前回生駒で開いたときは40名も参加者があり大盛況でした。

そして、やはりゲートを走れば上達する。それが成果ですね。うちの店の横はジャリ道になっていてなんですが、今ではそのジャリ道を怖がるクラブ員はほとんどいなくなりましてから。



月例ツーリングの企画は、毎月当番制でクラブ員全員が担当する



↑ミニバイクでのモトクロス&運動会も大人気。クラブ員の事故防止にも効果大



→大西社長(前列中央)を囲んでツーリングの話題がはずむお客さまとスタッフの皆さん

BOOKS

●抱腹絶倒！
小三治師匠のおもしろ道中記

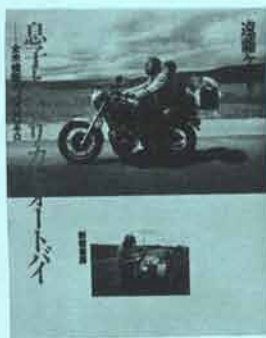


FJ1100、XJ750EそしてXT200と3台のヤマハを乗り分ける、落語界ナンバーワンのバイクフリークご存知柳家小三治師匠が、嘶家バイク集団「転倒虫」の仲間たちとのバイクライフをユーモラスにまとめた『落語家仲間行状記』が出版されました。(交通タイムス社、カリバーブックス、定価680円)しち面倒くさい説明無用ともかく読んでみてください。おもしろくてとてもためになる一冊ですよ。

●親子の全米横断8000キロ、心の旅

広びろとした所をロングツーリングなどしていると、じつにいろいろなことが頭に浮かんでくることってありますよね。アメリカ大陸なんか走っていたら、もっとでしょう。

「息子とアメリカとオートバイ」は、旅や民俗学をテーマにしたイラスト制作や遊びの研究、アウトドアライフの実践などで知られる遠藤ケイさんが、12才の息子匠君をリヤシートに、XJ750マキシムを駆って行なったロサンゼルスからニューヨークまでアメリカ大陸横断8000キロのツーリングレポート



とはいつても、走りながら考えつづけたアメリカのこと、親子のこと、人生のこと、つまり心の旅のレポートなのです。遠藤さんのイラストももりだくさん、読み手の視界まで知らず知らずのうちに広がっていくような一冊です。(新宿書房、定価1600円)

GOODS

●聞きながら、話しながらのバイクラン

孤独なバイクランっていうのもワルくはないですが、ネアカにやるならいいグッズがあります。FM音楽を聞きながら走るか、彼女と



●話題と流行の最新情報

タンデムで会話を楽しむかの2とおりができるシロモノ。商品名は「ナンパ・キッズ」というインターネットコムなのです。

これはマイクとヘッドホンが一緒になったヘッドセットで話ができるものなのです。本体は超小型でタバコサイズ、そしてFM受信と会話の2役タイプ（FM受信中でも自然な会話のできるVOX回路つき）と会話専用タイプの2種類があります。お値段はMC-2とヘッドホンセット2組タイプが¥9800、MC-3とヘッドセット2組タイプで¥7800です。カラーも4色。発売は川崎通信(株)045(592)4041

EVENT

●平選手と遊ぼう！ただしギヤルのみ

日本のロードレースを代表する人、といえばこれはもう2年連続チャンピオンの平忠彦選手。そんな彼が、日頃のファンの声援に感謝して秋の2日間、いっしょに走り、語り、遊ぼうというファン感謝祭を開きます。



日時は11月11・12日の日曜と月曜。会場はスポーツランドSUGOで、一緒にサーキット走行を楽しんだり、くぬぎ山荘で大パーティーをしたりというスペシャルプログラム。定員は30名、費用はヤマハ車18000円、ヤマハ車以外2万円。詳細はスポーツランドSUGO東京営業所☎03(456)0191。

あつ、いい忘れましたがこれは、女性ライダーの集い。対象はギヤルだけデス！

LEISURE

●今、サラリーマンの間で山歩きが流行

日本人は既して山歩きが好きなのだそうですが、その傾向とは関係なく、サラリーマンの間で山歩き症候群が広まりつつあるそうです。関東で人気のある山は高尾山、陣馬山、大山、雲取山、関西で人気のある山は摩耶山、比叡山、二上山など。

一人になれる。考えて歩くようで実はなにも残っていないから気分スッキリ、体力がつく、だんだん高い山へチャレンジしたくなる、など体力づくりと好奇心がつのるというメリットがあるとのこと。揃える用品も一流品指向だとか。まあ、それは人の好みですけれど、山の中まで行って人のものと比較しないように、と、つついっ心配してしまいます。



●第21回モトクロス日本グランプリ大会

R・ジョンソン、'85YZで USAチャンプの実力発揮！ 光安も日本人最高位の大健闘



↑アメリカNo.1のテクニックとパワーで快走するR・ジョンソン+YZ 250
→山形大会につづいてアメリカ武者修業の成果を発揮。日本人選手の中では最高成績を収めた光安+YZ 250

'84全日本選手権モトクロスシリーズの最後を飾る第21回モトクロス日本グランプリ大会が、10月13、14日の両日、快晴の三重県鈴鹿サーキットに4万3千人の観衆を集めて開かれました。

ジュニアから国際A級まで3部門6レース、計8ヒートが行なわれたこの大会のハイライトは国際A級250ccクラス。ここには'84AMAナショナル250ccチャンピオンに輝くリック・ジョンソンをはじめとする

6名の外人選手が出場、日本のトップライダーとの間にどんなバトルを展開するかに興味が集中しました。

そんな中で、'85年モデルのYZ 250を駆るR・ジョンソンが圧倒的な走りを披露。第1ヒートこそ2位にとどまったものの、第2ヒートは中盤まで2番手をキープしながらメインスタンド前の第1コーナーでデビット・ペイリー（アメリカ）をインから一気に抜き去ってトップに進出。後半必死に喰いさがるペイリー・

ライルズ（アメリカ）に大差をつけてフィニッシュ。みごとに総合優勝を果してUSAチャンピオンの実力を日本のファンの前に披露しました。

一方、注目の日本人ライダーの中では、ジョンソンと同じマシンに乗る光安鉄美が健闘。第1ヒート8位、第2ヒート7位、総合7位と日本人ライダーの中では最高の成績。今シーズンのアメリカ武者修業の成果をみせて、来シーズンへの期待を高めたものです。



また、この大会では全日本選手権シリーズの最終戦が開催されたほか、全国S-Lチャンピオン大会（Sストック、S1、S、Aクラス）やレディスレースも併催。ヤマハRC100JFのワンメイクレースとして行なわれたレディスレースは26名の女性が参加、男性顔負けの熱戦を展開していました。

世界の二流カーターが熱戦を展開 第8回ジャパンカートグランプリ

レーシングカート最大のイベント、ジャパンカートグランプリが今年も10月12日～14日の3日間、スポーツランドSUGOの国際カートコースを会場に盛大に開かれました。

今年で8回目を迎える今大会には、デンマーク、西ドイツ、イタリア、

ホンコン、インドネシア、そして日本と計6か国から総勢227台が出場。しかも、'84ワールド選手権で1位、2位を獲得した文字通りの世界の一流選手も顔を揃えて話題を呼んだものです。

メインイベントのFIA-JAF公認の最高格式レースは日本グランプリレースには総勢46名のトップカーターが出場、135ccエンジンを駆ってのハイレベルな熱戦にファンの声援がこだましていました。



表彰台上で日本人ファンの大声援に応えるジョンソン（中央）

●ヤマハニュースは、販売店みなさまの情報誌です。みなさまの積極的な読上参加をお待ちしております。ご商売に関する話題、ご質問、ご相談なんでも結構です。お気軽にお寄せください。

(〒4338 静岡県豊田市新井2500 ヤマハ発動機 広報室 佐藤「ヤマハニュース」係 ☎05383(2)1111 内線2356)

ヤマハ・チャンピオン勢ぞろい!



10月11日、今シーズン、ヤマハマシンに乗って内外のシリーズ戦で活躍した5人のライダーがヤマハ本社に勢ぞろい、チャンピオン獲得の報告を兼ねて、ヤマハ社員へのチャリティサイン会を開きました。

この日集まったのは、ロードレース500ccクラスの世界チャンピオン、エディ・ローソン、全日本チャンピオン平忠彦、モトクロスアメリカ250ccチャンピオンのリック・ジョンソンそしてロードレースのウェイン・レイニイ、河崎裕之の5選手に、ヤマハ・マルボロチームのG・アゴスチーニ監督。

この日のサイン会の収益金は、地元警田署を通じて交通安全に役立てられることになっています。

↑G・アゴスチーニ監督(右から2人目)も交えて右からローソン、河崎レイニイ、平忠彦、ジョンソンのヤマハラライダーたち

女性ライダーがSRX250で先導役 サイクルロードレース大会

「ヤマハ関西安全普及課」大阪からは、SRX250がアマチュア自転車ロードレース大会で先導車を務めた話題です。これは、さる10月7日兵庫県三木市のリゾート地「グリーンピア三木」で開かれた「グリーンピアロードレース」(主催「日刊スポーツ新聞、シマノ工業株」)のこと。この日は、6名の女性ライダーがSRXでさっそうと伴走、また関西テレビのカメラを同乗させてXJ400Zも活躍。健康的な自転車競技に花を添えて話題を呼んでいました。



自転車ロードレース大会で先導車を務める6名の女性ライダーとSRX250

BASSに話題集中! '85YZシリーズ発表試乗会ひらく

「トレルランド浜北」10月3日、静岡県浜北市のトレルランド浜北に、国内の二輪専門誌記者を集めて、「85YZシリーズ発表試乗会」がひらかれました。

午前中は開発プロジェクトチームによる技術説明会、そして午後はYZ80、

125、250の3モデルの試乗が行なわれましたが、大幅にアップしたパワーやディスクブレーキなどとともに、新開発の「BASS」(ブレーキ・アクチュエイトイッド・サスペンション・システム)に高い関心が寄せられていました。



多彩なメニューで活発化! オフロード・ライディングスクール



「ヤマハ東京神奈川支店」当社の東神奈川営業所では、管内の販売店さんとともにスポーツバイクのお客さまを対象に毎月オフロードライディングスクールを実施して好評を集めています。このほどそのスペシャル版を開催しました。9月21日、富士山5合目までのオフ・ツーリングとエンデューロコースでの走行会がそれ。ゲストライダー鈴木忠男氏を混じえ、タイムトライアルやフリー走行のメニューに参加した30名が心ゆくまで楽しんでいました。

郵政局車両担当者、技術講習会を開催

去る9月18日から19日までと26日から27日までの2回にわたって、ヤマハ発動機本社研修センターを会場に郵政省と全国の郵政局の車両担当者さんを対象とした技術講習会が開催されました。

この講習会は座学と実技により、ヤマハ郵政車両の特徴とメンテナンスを理解してもらうことを目的としたもので、昨年に引き続き2回目の開催となりました。参加した全国

の担当者さんからは知識の修得以外にも、担当者同志のコミュニケーションの場として有意義との評価を得る中、無事全カリキュラムを終了。本社ではこの他にも保守店さんを対象とした講習会を全国300会場で開催しています。ちなみに全国を走るヤマハ郵政車両は3万台を数え、この秋は1945箇所郵便局さんへ過去最高の6679台が納入されました。



●詳しくは担当のヤマハマンにお問合わせください

ヤマハ819バイク健康診断で冬場の販売に弾みを!

どうしても勢いが鈍りがちになる冬場の販促活動。そこでヤマハでは、この冬、皆さまのお店で一気に活気あふれるご商売を展開していただくためのキャンペーンとして、このほど、ヤマハ819健康診断を企画しました。

- このキャンペーンの狙いはズバリ——
- ① 自店ユーザーに対するアフターサービス・代替促進(タウンメイト、メイト中心)
 - ② 商圏内ユーザーの来店促進
 - ③ 冬場、放置されがちなスクーターの利用促進

④ 冬物用品の拡販
の4点にあります。
そして、その具体的な展開方法としては、

- ① 自店ユーザーに対して
 - 冬場の点検実施による自店顧客のアフターフォローの徹底
 - 見込み客の掘り起しと代替促進
- ② 他店で購入したユーザーに対して
 - 819円という安心価格を訴求
 - 他店購入者でも気軽に点検を受けられることを訴求して来店促進と顧客の拡大化を図る
- ③ 点検を実施するにあたって
 - 必ず代車(チャンプ、キュート)を用意
 - 冬物用品を積極的に販売する



ポスター



清刷集

ヤマハ819健康診断キャンペーンツール

等の方法が考えられます。
また、このキャンペーンの展開にあたっては、①ポスター、②DM、③DM用封筒、④

清刷集、⑤カラークローブ(来店ノベルティ)、⑥点検告知立て看板も用意しています。どうぞご利用ください。

AD



2500ccワールドチャンピオン C・サロンのビデオも完成!

前号のこの欄で'84ロードレースGP・500ccチャンピオン、エディ・ローソン選手の活躍ぶりを収録したビデオを紹介しましたが、ひきつづき250ccクラス・チャンピオン、クリスチャン・サロン選手のビデオも完成しました。
このビデオには、最も激しいバトルの連続

となった'84シリーズ250ccクラスでのサロンとTZ250の活躍ぶりが余すところなく収録されており、ロードレースファンのお客さまはもちろん、一般のお客さまにもぜひご紹介いただき、すばらしいモータースポーツ、ロードレースの世界とそれをリードするヤマハマシン、ヤマハライダーの姿をお伝

- えくください。
- 品名/250GPシリーズ1984VTR
 - 品番/0130001(ベータ)、0130002(VHS)
 - 価格/9500円。

SERVICE

「サービスオリジナルファイル」で整然とマニュアル管理!

サービスガイドやサービスマニュアルをはじめ、サービステクニカル情報・サービスニュースなどをキッチンと整理整頓できる「サービスオリジナルファイル」を増刷しました。
一時の在庫不足による販売店さまへのご迷惑もこれで解消。どうぞご利用ください。

- 「サービスオリジナルファイル」
- 製品ナンバー/061416
 - 斡旋価格/650円
- なお、このファイルには、背表紙となる「サービステクニカル情報」「サービスマニュアル」

「サービスガイド」「サービスニュース」の用紙が添付されています。
※お申込み、お問合せは、最寄りのヤマハ特約店および販売会社の営業技術課までどうぞ。





道路コースを大幅拡充！来シーズンをどうぞお楽しみに

TBCビッグロードレースや全日本ロードレースの舞台として、またYRSやスポーツ走行の場として、今年も非常に多くのスポーツユーザーの方がたにご利用いただいたスポーツランドSUGOロードコースが、その施設をさらに拡充。'85シーズンに向けて生まれ変わるようになりました。

①ロードコース全面再舗装、②パドック施設の大規模拡充、③パドック内のガソリンスタンド新設、④場内放送施設の改善——がおもな内容。'85年4月中旬完成を目標に、走る人々にはより安全に、より快適に、そして観る人々にも安全に、楽しく……生まれ変わるSUGOロードコースにどうぞご期待ください。

気の合う仲間と、親しいお客さまと、楽しい集いに、SUGOの『忘年会・新年会パック』

毎年ご好評をいただいておりますスポーツランドSUGOの『忘年会・新年会パック』、今年も豪華なメニューを揃えて実施いたします。皆さまのお店でも、親しいお客さまや従業員さまと一緒に、どうぞお出かけください。

『忘年会・新年会パック』コース料金

■日帰り（平日）

- ① ¥3,600コース
- ② ¥5,000コース

■日帰り（休前日）

- ① ¥3,600コース
- ② ¥5,000コース

■ご宿泊（平日）

- ① ¥7,900コース
- ② ¥9,300コース

■ご宿泊（休前日）

- ① ¥9,000コース
- ② ¥10,400コース

※各種ご宴会は10名様より承ります。なお、すべてのコースには無料送迎バス付き。(30km以内)そのほか、各種サービスが用意されています。ご宿泊は、翌日の朝食もセットされています。料金は、お一人様、税・サービス料込みの価格です。

ご予約はSUGO仙台営業所(〒980 仙台市一番町1-4-1 福田ビル1F ☎0222-66-8401)までどうぞ。

この冬、ヤマハ赤外線ヒーターのど拡販をどうぞ！

冬が近づくにつれ頭を悩ますのが、広い工場や屋外施設での暖房ですが、そうした人びとにいま好評のヤマハ赤外線ヒーターをご紹介します。

YH340とYH170の2機種が揃ったヤマハ赤外線ヒーターは、風の中でも吹き消えがなく、屋外でも効率的な加熱を可能とす

る赤外線加熱方式を採用。燃費は電気やガスの1/2以下という大幅なコストダウンを実現する灯油燃料。そのほか移動に便利なキャスターや臭気・発煙のない自動エア抜き機構をはじめ、10時間連続運転可能な40ℓ大型タンク(YH340)など、充実した装備が特徴です。

主な用途は、広い工場内のスポット暖房や除湿・乾燥をはじめ、土木・建築など作業現場での熱源、さらにゴルフ場やスキー場、

野球場、プールなど屋外スポーツ施設でのスポット暖房や用具の乾燥などがあります。そのほか二輪販売店さんでも展示会やレース開催など、屋外イベントで大いに活用され、喜ばれています。

冬を暖く過ごすヤマハの赤外線ヒーター。皆さまのお店に1台お揃えください。

※詳しくは、最寄りのヤマハ特約店および販売会社の特機セールスまでお問合せください。

YH340



店頭での安全運転指導をより一層強化しよう！



店頭でのキメ細かな安全指導で二輪事故防止を！

9月21日から同30日までの10日間にわたって行われた「秋の全国交通安全運動」の実施結果が、このほど発表されましたのでご紹介しましょう。

●ご承知の通り、今回の運動の重点目標は、以下の3項目。

①歩行者および自転車利用者の交通事故防

止

②二輪車の事故防止

③シートベルト着用推進

そのうち、歩行者の交通事故に関しては、昨年実績に比して減少したものの、全体の死者数を見ると287人を数え(昨年より26人10%増、過去10年間の運動期間中の死者数としては最高という結果になっています。とくに悪いのが二輪車関係のデータで、二輪車乗車中の死者は103人で全体の35%を占め、昨年比も52人増(102%増)と最悪。こと原付の死者にいたっては103人中50人と約半数を占め、昨年比も29人増(138・

1%増)と深刻な記録を残しています。

一方、期間中の交通事故発生件数は13595件と昨年より269件増え(2%増)、同負傷者数も16415人と昨年より190人(1.2%)増加。交通安全運動が展開されている中でも、安全運転意識の低いドライバーやライダーの存在が気にかかります。

幸いなことに、9月末現在までの全国交通事故による死者数は6607人と、昨年同期より252人(3.7%)減少してはいますが、事故防止の運動はよりいっそう積極的に展開する必要があります。販売店のみなさまも店頭での安全運転指導の強化、徹底をさらにお願いします。

11月のセールス・ワンポイント

・プロモーション研究所長・川口政士

暮のボーナスセールやクリスマスセール……あわただしい歳末商戦ももう目前。直前になってあわてぬために、そろそろ準備の時期ですね。

冬の夜、お客さまとお店でくつろぐ企画など考えてみませんか？

いよいよ寒さも本格的になってきます。寒くなると、お客さまもついついバイクとは疎遠になりがちです。

そこで、こんな時期にお客さまの興味をつなぎとめ、一層熱くさせるための、お店の企画がぜひ欲しいものです。長い冬の夜を利用して、ビデオ映写会などというのは、いかがでしょう。

お店のクラブの活動ぶりを撮影したビデオなどでもよいでしょう。メーカーでも、いろいろなビデオを発売していますので、これを利用してだけでも、かなりの映写会になるでしょう。さらに、最近では市販のオートバイビデオも色とりどり。これらも大いに利用しましょう。もちろん、これまで店頭で流していたのとはちがう、目新しいビデオでいきたいものです。

事前準備として、まずプログラムをつくります。日時、場所（もちろんお店が一番です）を入れ、映写するビデオはタイトルだけでなく、

く、ちょっとしたキャッチフレーズも入れて興味を引くようにします。店頭でももちろんポスターなどを貼って予告し、詳しいプログラムはDMで直送します。

当日は、会場となるお店も早めに片づけ、コーヒーやおつまみ程度を用意します。またお店は片づけるだけでなく、当夜来店するお客さまたちが関心を持ちそうな冬物のウェア類、用品類なども並べて販促に役立てるのもよいでしょう。

ビデオは手軽で、映画ほど面倒ではありませんが、問題は画面が小さく、どうしても迫力に欠けてしまいます。これをカバーするにはビデオ・プロジェクトを利用するか、できるだけ大型画面のテレビを使うとよいでしょう。お店になくても、レンタルという手がありますので心配なく、最後に上映したビデオを抽選でプレゼントでもすれば、もりあがりも格別でしょう。冬の夜、お客さまと楽しく過ごす方策を、ぜひ考えてみましょう。



季節の変わり目は、用品販売を増やす絶好のチャンス！

春、夏の購入客へ手づくりカタログDMを



寒さに
向かう時期は

用品販売
の
チャンス

手づくりの
通信販売カタログ

お客様
に



いつもきれいなお店で お客様を迎えるためのチェックリスト方式

毎日たくさんある雑用を、手際よく、もれなくこなすためにはチェックリスト方式が最も便利でしょう。

飛行機のパイロットが発前に声を出して「油圧OK」○○異常なし」などやっているアレです。またアメリカ海軍では、潜水艦の乗員が耳にウォークマンのようなものをつけて、その指示でひとつひとつをチェックしています。

開店前のお店のチェックなどは、まさにこの方式が一番。ご参考までにチェックリストをあげてみましょう。

〈お店を外側から見よう〉

- ①看板やテントなどの外面は汚れたり、ペンキがはげたりしていないか。
- ②ガラス戸はキレイか。
- ③店頭のもの、POP、ポスターなどは汚れたり、破れたり、色あせたりしていないか。
- ④同じく古いもの、季節外れのもの、張りはなしいか。

8月号のこのコーナーで、用品販売は利益率も高いことから、これから扱比率を高めるべきだ、と書きましたが、これから寒さに向かう季節こそ、そのための絶好の機会です。風防やハンドルカバーなどの防寒用品ばかりでなく、ウェア類もこれまで暖かい時に使っていたものでは間にあわなくなってきましたから、ここで積極的に販売してみましよう。

例えばハンドルカバーひとつにしても、そんな便利なものがこの世にあることさえ知らないお客さまというのが意外と多いものです。特にその他の用品類は種類も多く、とてもすべてを店頭に並べることは不可能です。例え並べられたとしても、お客さまがすべてを注意して見ているわけではありません。ひとつお店で季節に合わせた用品類のカタログなどを制作してみたいかがでしょう。

メーカーで作る、きれいでカラフルなカタログではありません。いろいろな印刷物を切り張りした、お店

⑤ゴミや古いパーツなどはきれいに片づけられているか。

⑥店頭や通路はきれいに掃除されているか。

⑦ドアマットにホコリはたまっていないか。

⑧シャッターはきちんと上がっているか。

⑨出入口のカモイにごみが溜まっているかないか。

⑩電灯、蛍光灯などは切れたり、またたいたり、古くなって暗くなっているかないか。

⑪陳列商品にホコリがついていないか。

⑫天井にクモの巣やホコリはないか。

⑬片隅が汚れたり、ダンボールの空箱が積み上げられたりしていないか。

⑭売り場に不要なものが置かれていないか。

⑮換気扇、冷暖房機の吹出し口はきれいか。

⑯商品陳列は乱れていないか。

⑰等々です。まだ、この他にもお店の事情にあったチェック項目が出てくるでしょう。

しかし、ここにあげた項目だけでもキチンとしておけば、お店は見ちがえるほど美しくなるものです。



開店前のチェックは
チェックリストが便利



だけの手づくりカタログです。

最近、新聞や雑誌を利用した通信販売がまた増えていきます。これらは新聞の広告スペースを小さく区切つて、その中にたくさんの商品を入れて説明をしています。消費者としても忙しい中をお店に出向いて、多数の商品の中から自分の必要(好き)な商品を選ぶというのは面倒ですし、それなら家において商品を選んだ方が楽だ、ということから利用者も増えていくようです。

バイクの用品もたくさんあり、いちいちお店で選ぶのが面倒だ、というお客さまに一応の目安となるようなカタログであれば良いのですから豪華なものである必要はまったくありません。

こんなカタログをつくり、今年の春、夏にバイクを購入されたお客さまを中心に配布してみましょう。寒くなってきたので、何か良い用品を買わなければと思っていた「そんなお客さまも多く、きっと喜ばれることでしょう。」

バイク、スクーターを大量に扱う事業所、官公庁を訪ねて

安全を背負って名古屋を走る 黄色いメイト

●中部電力株式会社・北営業所（愛知県名古屋市中区）

光に、熱に、力に、いつも私たちの身のまわりにあつて暮しを支えている電気。
現代人の生活に欠かせないエネルギー源となつている電気を、中部地方一帯に休まず送りつづけているのが、今回お訪ねした中部電力㈱さん。ここでは、ヤマハバイクが、大切な業務を支える日常の足として、活躍をつづけています。

個人単位から会社規模まで 徹底した安全管理

今回お訪ねした中部電力㈱北営業所さんは名古屋の中心地、中区、西区、北区、東区、千種区、中村区などを管轄し、愛知県全世帯数の5分の1にあたる約30万軒のご家庭や事業所、

商店などを管理されています。
ここで使用される二輪車は62台（内ヤマハ車58台）、主に集金業務の足として使われ、走行距離にして月に700kmから1000kmも走るハードな仕事をこなしています。

そして、こうした二輪車の安全運行を図るために北営業所さんでは、乗務員さんと車両担当者さん、そして車両を中部電力㈱さんにリースし管理する永楽自動車さんの手によって、完璧ともいえる車両管理が施されています。

まずは安全管理の主な施策から、料金第一課の高橋課長さんにお話を伺いました。
「最初に乗務者単位の安全管理から説明しますと、社有車に乗るためには運転免許証以外に単独運転認定証という社内ライセンスが必要です。二輪車を運転するためには、毎年この試験を受けなくてはならないんです。」

また、車両日報の提出も義務づけていますが、これには運転者自身で毎日の交通安全目標を書き込む欄があり、今日はここを重点的に守るぞ、というような意識づけを行なっています。

つぎに小グループでは、危険予知訓練や実際に起きた事故例の内容分析などを行なっています。安全講習会については、課、営業所、全社の各単位で年に数回実施しています。それに安全弁論大会や安全記念講演、表彰制度などを取り入れた年1回の安全大会などが主な安全管理活動です。

ランク分け整備で完全稼働

さらに、これらの安全活動の基本ともなる車両整備について、北営業所に常駐駐在し車両の面倒を見る永楽自動車・松村駐在主任さんにお話を伺いました。

「今、北営業所内にある車両数は四輪車を含むと154台になります。これだけの数の車両を完全稼働させるために、AからDまでの整備基準を設けて、管理にあたっています。」

Aは大型4輪車対象のもので月に1回、B

永楽自動車さんの駐在所内の黒板には月の整備予定がビッシリ書かれています

日	曜日	記	事
1	月		
2	火	20	
3	水	20 20 20	
4	木	20 20 20	
5	金	20 20 20	
6	土		
7	日		
8	月	17 21 26 19	集合
9	火	130 112 67 30	休日
10	水		
11	木	110 114 88 32	休日
12	金	115 112 57 27	
13	土		
14	日		
15	月	8 44 132 116	

が毎朝の運行前点検と同レベルのもので3ヵ月に1回、Cが6ヵ月に1回、そしてDが年1回の定期点検です。これだけの点検を全車に行なうわけですが、見落としのないように車両管理ナンバーで一覧表をつくり、No.1の車は何月何日に点検といったような計画表をつくっています。

仕事を支える安心メイト

安全、整備の両面からの徹底した管理によって運行される二輪車ですが、最後に、実際にヤマハ車に乗って集金業務にあたる、料金第1課の石井さんに、使用状況をうかがってみました。
「私は駅前を中心に1日平均50軒から多い時で100軒ぐらいを回っています。色いろと苦勞もありますが、集金が終ってバイクにすわった時が一番ホッとしますね。それだけに安全には十分に留意していますし、黄色のバイクに乗っているということは会社のカンバンみたいなものですから、ルール違反はできませんよ(笑)。」

バイクに関しては、この7月から新車のメイトに乗っていますが、ヤマハ車はモデルチェンジするたびに安心感が増すようで、精神的にもいいですよ。こんな石井さんの言葉に代表されるようにハードな仕事の中にも笑顔や絶やさない中部電力㈱北営業所のみなさんです。



↑朝一番、朝礼直後に乗務者全員で運行前点検開始

←左から、料金第2課 藤代課長、高橋さん、松田さん、石井さん、永楽自動車駐在主任、松村駐在長、後列左から料金第1課の高木副長、北営業所の車主任、そして保守店の梶田モーターズさん



北海道の郵便業務に ヤマハメイトが活躍開始!

●札幌中央郵便局(北海道札幌市)

この秋、郵政機動車としては初めて、20台のヤマハメイトが津軽海峡を渡って北海道に到着。すでに10月1日より全道18の郵便局さんで活躍を始めていますが、今月はこの中から、北の大地での活躍を目前に控えたヒカヒカのメイトを訪ねて、札幌中央郵便局さんにかがいました。

初の子ヤマハ車に期待いっぱい

設立明治5年という札幌中央郵便局さんは、北海道の政治、経済、文化の中心地、人口150万人の大都市札幌の、さらに中心といわれるオフィス街を主な集配管轄区に持ち、また、道内各所への郵便物の継送局として大きな役割を担っています。

お訪ねした9月21日は、ちょうどこの札幌中央郵便局さんの郵便貯金・簡易保険の外交活動の足として、2台のメイトが納められた日。

さっそく車両全般に渡って面倒を見る会計課の森田一繁課長さんに、今後のメイトに対する期待をうかがってみました。

「やはり故障が少なく、しかも乗りやすい、というところを一番期待しています。一見した感じというか、第一印象はとてつ丈夫そうで良いですね。

なにしろ初めて採用するバイクですから、物めずらしさもあってか、乗務者もヤマハに乗れることを自慢しているようですし、それだけ期待も大きいようですね」

さらに札幌中央郵便局車両担当である会計課の向井志伸さんは、

「初めて乗る2サイクルということで担当者としましては多少気になりましたが、実際の乗務員はそれほど気にしていませんね。もともと今回採用される貯金、保険の乗務者は全員乗車歴10年以上のベテランですので、すぐに乗りこなしてくれると思うし、それに良く考えてみたらうちの女房もV50に乗っているんです(笑)。

私がつとも期待している部分は車両そのものよりも、メンテナンス面での機動力ですね。なにしろ北海道は自然条件の厳しいところ。特に冬場などはバッテリーあがりをはじめとする色んな支障が予測されますから、そういった部分に即に対応してもらえれば、ですね」

保守活動に全力投入!

そんな向井さんの言葉に呼応して、ヤマハ車の納入とともに初めて郵政機動車の保守を担当することになったアメヤマモーターサイクル・館谷孟社長は、

「もちろん万全を尽して保守にあたります。うちのキャッチフレーズは、技術のアメヤマ。メカニクに関しては北海道一を自負していますし、時間に対しても業務用無線の付いたサービスクーが常時市内を巡回していますから、時や場所を選ばず迅速な対応ができることを確信しています。郵便局さんの保守を担当させていただくという事は、今までの信用と技術の蓄積を、もつと広く一般のお客さまにも理解してもらえ、良い機会になると思いますし、とても光栄です。あらゆる意味で郵便局さんには全力投入させてもらいます。」とやる気十分。

ノーマルタイヤからスノータイヤへ、さらに寒さの増す厳寒期にはスパイクタイヤへと春と秋に3回ずつ、年6回もタイヤを履き替えて業務にあたる北国の郵政機動車。

一見すれば碁盤の目のように整理された道路と、市内各地に点在する歴史的名所で诗情豊かな街並みを演出する札幌でも、そこでの安全運行を図るには、人知れぬ苦労も多いとか。このような環境の中だからこそ、今、北の大地を舞台にしたヤマハ車の活躍に、大きな期待が寄せられているのです。



奥さまもV50に乗るという、ヤマハに理解いっぱいの方の会計課向井さん。
第一印象は合格点です。と話す森田会計課長。

外回りに出掛ける局員さんも足を止めて、ヤマハ担当者の説明を聞く場面も見られた受け渡し式。ヤマハ車への期待の高さうかがえます。



保守を担当するアメヤマモーターズのスタッフ。左から、メカ技術は北海道一の折紙つきの岸工場長。保守に全力投入するという館谷社長。営業を担当するヒゲの菊地課長。





倉庫改装の広びろとしたシヨールーム

解放的な店内に バイクの楽しさが広がる

バイクサロン ハタヤマ/ 畑山和裕社長

宮城県仙台市から北へ15キロ、利府町の国道沿いにこの6月、右上のような

「大きな」お店がオープンしました。じつはこのお店、トライアル国際A級のヤマハラライダーとして活躍する畑山和裕選手が開業したもの。一步店内に踏み込むと、とても「倉庫改装」とは思えない、明るく、ハイセンスなバイクの世界が広がっています。

●天井のブルーテントは 青空のイメージ

敷地面積280㎡、店舗面積148㎡というお店。なにはともあれ畑山社長に、お店づくりの抱負をうかがってみましょう——
「自分の店を持つことになったとき、まっ先に頭に浮かんだのは、お客さんが気軽に來てくれて、遊んで帰れるような店にしなくちゃ……ということでした。」

そのためには、シヨールーム全体の雰囲気も押しつけがましくなくしたい。商売つ氣をできるだけ押さえたものにしようと思っただけです。

やはりそのためには、広くなければ、パークスペースも十分あって……そんなところから仙台郊外のこの場所を選び、ここにあった倉庫を利用することにしたんです。

店づくりについては、倉庫の暗さが残らないようにするの一番苦労しました。道路に面した部分はすべてウィンドにし、外装のカラーやグラフィックにも気を使っただけ。特に内部は、倉庫のままだと天井まで8メートルもあって締めまりがなくなってしまうので、ご覧のようにブルーのテントを張って青空のイ

メージを出し、開放感を持たせたりもありません……」

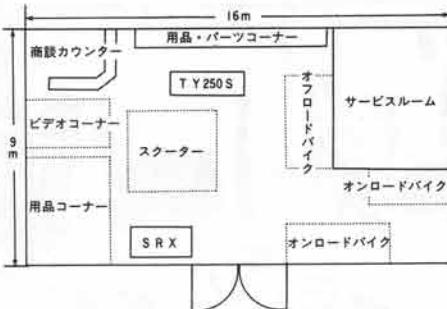
この天井のテント張りにかかった費用は、材料費も含め総計15万円程度とか。きれいな天井を張るよりもずっと安く、将来2階を作る時にも手間がかからない、ちよつとしたアイデアの勝利といえそうです。

●店の主張が伝わってくる シヨールーム

一度店内に入った人に、店の主張、個性がはつきりと伝わる演出。これが畑山社長が目指す店づくりのポイントだ、といいます。「シヨールーム演出でまず最初に考えたのはポイントをつくることでした。店の個性を出すにしても、中に1ヵ所、特にそれを強調するコーナーがなければ、と思っただけです。」



「誰れでも気軽に来てくれて、遊んで帰れる店に……」と語る畑山和裕社長



うちの場合は、もちろんトライアル。そこで、トライアルだけに絞ったコーナーをシヨールームの一番奥、商談カウンターの内側につくってみました。

立体的なコーナーを一番奥にしてお客さまを奥へ誘導しようということ、商談のときにも遊びを演出したコーナーのすぐ脇ならラックとして話ができる、というふたつの狙いで位置は決めただけですけれどもね」

●2週間に1回、 イメージチェンジ!!

このようにシヨールーム演出に独自のポリシーを持って積極的に取り組む畑山社長は、同時に6月のオープン以来、展示車や用品コーナーの陳列をすべて2週間に1回のペースで配置変えし、店内にいつも新鮮な発見があるように工夫されています。

「ワンフロアの広びろとしたシヨールーム、配置変えも容易な倉庫のメリットは最大

限利用しないテはありませんし、お客さまの流れ、ニーズの変化に応じて柔軟に対応できるシヨールームであり、店でありたいですからね。

それと、今はビデオを置いただけのお客さまコーナーを充実させたい。そこから店とお客さまとのコミュニケーションが広がっていくのですから。実際「お金がなくてまだバイクは買えないから、せめてビデオだけでも見せて」と遊びに来るお客さまもいらつしやいますしね。そんなお客さまをいっつもつなぎとめておけるような店でありたいですね」

畑山和裕「トライアル、バイクサロン・ハタヤマ」トライアルを中心にバイクの楽しさを売ってお店。こんなイメージは、開店以来4ヵ月、その明るいシヨールームを通じて着実に地域に広がっているようです。



バイクサロン・ハタヤマさんのシヨールーム演出、最高ですな。

ただ単にあるコーナーをサロン風にしたいとか、ブティック風にしたいとかいうことではなく、店づくりを取組む基本的な姿勢がきちんとしているからですね。

細かなところまで、いろいろとアイデアや工夫をこらして、最小限の出費で最大の効果を」という条件もみごとに実現されています。必要性から、いろいろと効果的な演出が生まれ、それによって店全体もうまく統一がとれている……。アクセントのつけ方にもセンスがあり、バイクショッパらしさを十二分にいかも出し出しています。

藤代・バイ・デイ
ヤマハ店舗相談室 伊藤隆蔵



ブルーのテントが青空のイメージを。とても倉庫改装とは思えない店内。入口ホットコーナーにはSRX250が、そして中央にはスクーターが、奥にはトライアルのコーナーが、巧みに配されている



壁で仕切ったこの一隅奥が、清潔なサービスコーナー



トライアル車に用品と観葉植物。展示車の1台1台に、細かい気くばりが見られる



バイクサロン・ハタヤマさんのお店を象徴する商談カウンター内のトライアル展示

New way ライディングウェア

georama

『ジオラマ』 新発売!

ヤマハの秋～冬物ライディングウェアに、強力なニューアイテムが登場しました。その名も、『ジオラマ』。

ヤマハ・ベンチレーションシステムの採用で人気を集めるニューヘルメット・シリーズ「ジオラマ」のコンセプトを引継いだこの〈New way ライディングウェア〉は、いずれも秋から冬のバイクライフを一層楽しくするものばかり。機能とファッションの2大要素をマッチングさせた、新しい感性の高品質ライディングウェアです。

この冬一番のライディングウェアとして、スポーツバイクのお客さまはもちろん、スクーターユーザーにも、どうぞおすすめください——

アダルトなフィーリングで着たい!

georama ブルゾン

バイクウェアのイメージを変える洗練されたデザイン。スミ黒地に黒テープのコーディネーションが、アダルトな雰囲気をかもし出します。素材は、耐水透湿コーティングマテリアルを採用。高速券の入る2重裏ポケットも装備。

- 素材／(表)420ナイロンO X ドリアン加工、(中)アルミ蒸着中綿、ポリエステルテープ
- カラー／ジェットブラック&ブラックテープ
- サイズ／M・Lの2サイズ。
- 価格／¥20,000



本格派のためのフル装備スーツ

georama ツーリングスーツ

georamaブルゾンと同じデザインのツーリングスーツ。ワンピース・タイプのフル装備付き。ロングクルージング派のライダーに欠かせないアイテムのひとつです。

- 素材／(表)420ナイロンO X ドリアン加工、(中)アルミ蒸着中綿、ポリエステルテープ
- カラー／ジェットブラック&ブラックテープ
- サイズ／M・Lの2サイズ
- 価格／¥22,000



新しい感性の発進。

モーターサイクルシーンの新しい感性。
ライディングウェアは発進し始めた。
Something New 感覚——
“ジオラマ”

スポーティに着こなす!

georama トレーナー

コットン 100%の爽やかさに、メカニカルなテープの組合せ。ゆったりと着こなしたいライダーのための、スポーティなトレーナーです。

- 素材／綿 100%、天竺ウラ毛も、ポリエステルテープ
- カラー／ルビンレッド、ジェットブラック。
- サイズ／M・Lの2サイズ
- 価格／¥5,600

※表示価格は、すべて標準小売価格です。なお詳しくは、最寄りのヤマハ特約店およびヤマハ販売会社の部品営業員までお問合せください。



THE LATEST AD



モーターサイクルを、パワーだけで語る時代は去った。バイクテクノロジーを語るだけの時代も過ぎた。FZ400R。ヤマハは、いま、FZ400RとFZ400Rの開発コンセプトとそこに注がれたテクノロジーをそのままに留めた。この4ストローク・ビュースポーツは、モーターサイクルの原点とは何かを主張する。ライダーの即断即決のコントロールなしでは、偏たりとも走り、曲がり、まわることのできない。モーターサイクルの宿命。つまりは、マシンが目前すべき変換は、パワーでもメカニズムそのものでもなく、人間の感性へと近づけることのできるかという、その一点に絞られるべきである。FZ400Rが、FZ400Rとも異なる理由。そこにある。マシンはあくまでも人間によって操られるものという、きわめて当然の前提を基本に、テクノロジーを開発し、感じている。ライダーのコンプレックス。モーターサイクルの原点にはかからない。だから、ライダーの心にとどめるコントロールとレスポンス。その快感こそ、FZ400Rが人間に近づけているかの証しにはならない。

● 1985年11月1日発行 ● 〒143 静岡県磐田市新貝2500 ● ☎05383(2) ● 発行所：ヤマハ発動機株式会社 ● 発行人：小宮 功

いま、マキーンマシーンへ
PURE SPORTS
FZ400R

HAVE A NICE RIDE! ヤマハライディングをよみとく。● 1985年11月1日発行 ● 〒143 静岡県磐田市新貝2500 ● ☎05383(2) ● 発行所：ヤマハ発動機株式会社 ● 発行人：小宮 功

YAMAHA

55mph

イタリア検定を以て、実速の100km/h、1時50分

■11月発売号から、2輪専門誌のFZ400Rの広告が変わります。

■この展開期広告のオ2弾は、人間の感性、を最も重視したFZ400Rの開発コンセプトを、さらに強烈に印象づけるものです。

■6月の新発売以来、FZ400Rは快調。トップセラーモデルとして、ミドル・スーパースポーツ市場をリードしつづけて

います。

■9月のケルシショーにおける'85ヨーロッパモデルFZ750の衝撃のデビュー。また全日本選手権ロードレース・国際A級フォーミュラIIIクラスでのFZ R400+江崎正選手の大活躍など、FZ400Rにまつわる話題ももりだくさん。

■こうした話題もフルに活用して、好調FZ400Rの拡販をおつけください。